

***В.Ю. ПАШКУС***

*Доктор экономических наук*

*Профессор*

*Санкт-Петербургский государственный университет*

*Санкт-Петербург, Россия*

***Ю.М. МАЛЬЦЕВА***

*Кандидат философских наук,*

*Старший преподаватель*

*Санкт-Петербургский государственный университет*

*Санкт-Петербург, Россия*

**ПРЕДПОСЫЛКИ И ПРОБЛЕМАТИЗАЦИЯ  
СТАНОВЛЕНИЯ АРТ-РЫНКА КАК ЕНОМЕНА  
КУЛЬТУРЫ**

Настоящая статья посвящена изучению еномена арт-рынка, который представляет собой сложную неоднородную структуру. В силу того, что данный рынок обладает рядом уникальных характеристик, которые делают его принципиально отличным от прочих рынков товаров и услуг, процессы, протекающие на нем, оказывают значительное влияние на развитие мировой культурной среды, общественное сознание, уровень культуры населения и экономическое поведение субъектов иных рынков. Кроме того, даже незначительные изменения, происходящие на арт-рынке, оказывают существенное воздействие на имидж определенного города или страны и развитие их территориальных брендов.

**Ключевые слова:** арт-рынок, город, культурная среда, бренд

Статья подготовлена при поддержке гранта на НИР за счёт средств СПбГУ «НУМ\_2018-2019: Арт-Рынок Петербурга: между ценностью и ценой»

***V.Y. PASHKUS***

*Doctor of Economic Sciences,*

*Professor*

*Saint-Petersburg State University*

*Saint-Petersburg, Russia*

**Y.M. MALTSEVA**

*PhD in Philosophy,  
Senior Lecturer  
Saint-Petersburg State University  
Saint-Petersburg, Russia*

**BACKGROUND AND PROBLEMATIZATION OF  
FORMATION OF THE ART MARKET AS AN ENEMEN OF  
CULTURE**

This article is devoted to the study of the art market phenomenon, which is a complex heterogeneous structure. Due to the fact that this market has a number of unique characteristics that make it fundamentally different from other markets for goods and services, the processes taking place on it have a significant impact on the development of the world cultural environment, public consciousness, the level of culture of the population and economic behavior subjects of other markets. In addition, even minor changes in the art market have a significant impact on the image of a certain city or country and the development of their territorial brands.

**Keywords:** art market, city, cultural environment, brand

This article was prepared with the support of a grant for research at the expense of St. Petersburg State University «HUM\_2018-2019: Art Market of St. Petersburg: between value and price»

Арт-рынок является неотъемлемой и крайне важной составляющей социально-культурной сферы. В частности, именно благодаря спросу и предложению, формирующемуся на рынке предметов искусства, мировое сообщество получает представление об общих тенденциях развития культуры и способно выделить отдельные новые культурные пласты. Стоит также понимать, что многие произведения искусства просто бы не существовали, если бы в определенный исторический момент на них бы отсутствовал спрос и не было бы ни малейшей возможности реализации на рынке.

Своими истоками рынок произведений искусства восходит к античности, однако полностью его статус как самостоятельной экономической единицы начал укрепляться лишь к XVII веку.

По праву колыбелью арт-рынка можно назвать Голландию. XVII век считается «золотым веком» голландской живописи. Именно в это время появляются такие художники как Рембрандт, Франс Халс, Ян Вер-

меер, Питер де Хох, Ян Хавикзоон Стен, Герард Терборх, Якоб ван Рёйсдал, Виллем Корнелис Дейстер, Паулюс Бор и другие. Искусство Голландии своими истоками восходит к искусству Нидерландов XV—XVI веков. Начиная с XVII века начался процесс государственного и художественного разграничения, что привело к формированию двух национальных художественных школ – фламандской и голландской. Именно в это время произошел существенный разрыв голландского искусства с искусством предыдущей эпохи. Существенное влияние на это также оказали конфессиональные разногласия. Если во Фландрии исповедовалось католичество, то Голландия стала преимущественно протестантской страной.

После заключения Вестфальского мирного соглашения в 1648 году, которое признало независимость семи «объединенных провинций», освободившись от испанской экспансии голландские художники также лишились поддержки испанских меценатов и церкви. Оказавшись в условиях свободного рынка, живописцы столкнулись с проблемой спроса и предложения, а также жесткой конкуренции. Необходимо отметить, что в этот период приобретение предметов искусства стало широко популярно среди всех слоев населения. Простота жизни голландских бюргеров, ремесленников и крестьян порожидала необходимость использования более примитивных сюжетов (хотя такие сюжеты и оценивались дешевле, но давали возможность значительно расширить рынок). Художники в своих работах старались изобразить повседневную жизнь простых обывателей без прикрас.

Картины продавались на аукционах и ярмарках. Они служили не только средством украшения жилища или предметом роскоши, определяющим статус владельца, но и товаром, средством спекуляции. Цены на произведения искусства диктовались рынком, что также сыграло свою значительную роль.

А так в то время Голландия укрепилась в статусе крупнейшей морской державой, голландская живопись быстро получила существенное распространение по всей Европе. «Создание картин стало национальным промыслом в Голландии XVII века». Однако «золотой век» длился недолго. К концу XVII века, уступив морское господство Британской империи, спрос на живопись голландских мастеров также упал.

В качестве даты возникновения арт-рынка, один из его классиков, Джордж Рэдфорд приводит 21 июня 1693 года: именно в этот день «в Банкетном доме в Уайтхолле лордом Мелфордом был организован большой аукцион по продаже произведений искусства». Взошедший на престол Вильгельм Оранский и его голландское окружение ввели моду на подобные развлечения: начиная с первой половины XVIII века торги и аукционы арт-объектов вошли в перечень основных развлечений британской аристократии, однако крупных доходов не принесли. Одними из первых коммерчески успешных аукционов стали продажи произведений искусства из коллекции зажиточного врача Ричарда Мида (1673-1754),

проведенные после его смерти в феврале и марте 1754 года. Общая сумма выручки на них составила £ 16 069 .

Начиная с середины XVIII века интерес к арт-рынку стремительно возрастает. Однако необходимо отметить, что существенную часть продаж составляли работы малоизвестных мастеров весьма посредственного качества.

Поэтому, можно считать, что полностью арт-рынок сформировался лишь к XIX веку, когда была завершена буржуазная революция и, как можно заметить – претерпел значительные изменения и сам «класс потребителей дорогостоящего искусства». Место аристократии все более активно занимает буржуазия, наиболее богатые представители которой веками старались аристократии подражать. Их целью, помимо увеличения собственного капитала, становится повышение собственного имиджа, демонстрация силы и укрепления власти. Богатые буржуа создают спрос на приобретение картин великих мастеров, который в свою очередь был обусловлен суммами, затраченными на их покупку, которые широко освещались в прессе и приводили к общему ажиотажу, раскручивая своеобразную «спираль цен» на арт-рынке.

«В 1801 году на торгах, организованных сэром Уильямом Дугласом Хамильтоном, Уильяму Бекфорду за 1300 гиней был продан рисунок «Смеющийся мальчик» Леонардо да Винчи. В 1807 и в 1811 годах на торгах Лафонтена были выставлены картины Рембрандта «Обнажённая на стуле» и «Судостроитель и его жена», которые были куплены за 5000 гиней каждая». Данные обстоятельства способствовали повышению интереса к аукционам не только у коллекционеров, но и у самих художников. В отличие от Франции, где успешность художника определялась его признанием в высших кругах светского общества и художественных салонах, в Британии его состоятельность складывалась из количества торгов, в которых он принимал участие, цены и числа проданных работ. Как пишет известный критик и арт-консультант Пирошка Досси, «интересующегося мецената в роли покупателя сменяет инвестирующий собиратель: на смену личным пристрастиям мецената приходит фактор рыночного спроса».

Однако на первых этапах развития арт-рынка спрос на современных художников был крайне низок, а цена продажи зачастую не могла покрыть даже себестоимости картины.

В середине XIX века во всей Европе начинает выстраиваться четкая структура арт-рынка: возникают первые аукционные дома, приобретают широкую популярность выставки и художественные галереи. Именно в это время появляются маршаны или же арт-дилеры, то есть агенты сопровождающие сделки купли-продажи на всех этапах, обеспечивающие соответствующие гарантии качества, подлинности и перспективности конкретных вложений. Начинают публиковаться первые специальные журналы, издаются каталоги аукционов и широко используется аппарат маркетинговых коммуникаций (прежде всего – реклама). Арт-

рынок включает в себя не только коллекционеров, но и художественных критиков и разнообразных экспертов, в роли которых выступают музейные специалисты.

С появлением четкой структуры, спрос на работы современных художников возрастает. Следовательно, «начиная со второй половины XIX века можно говорить о разделении арт-рынка на две сферы» – торговля произведениями «старых мастеров» и продажа объектов современного искусства. Данные сферы арт-рынка обладают высокой спецификой (например – хорошие полотна старых мастеров появляются на свободном рынке достаточно редко и торгуются, в основном, второстепенные работы) и конкурируют друг с другом, но четкого институционального разделения между ними до сих пор не наблюдается.

В этот период арт-рынок значительно расширился. Аукционные торги стали проводить не только с картинами современных художников – «представителей протестантского мира» (как правило, голландцев и англичан), британские коллекционеры проявили значительный интерес и к современным французским мастерам. Так, «картина Коро “Dance des Amors” была продана в 1898 году за £ 7 200, а “Denizens of the Highlands” Розы Бонор в 1888 году за 5 000 гиней». Отметим, что позиции французской живописи, несмотря на ошеломительный успех, были все-таки слабее английской: с картинами Тёрнера или произведениями модных английских художников-портретистов (поскольку именно портреты в конце XIX века наиболее ценились) французы конкурировать не могли. «Самыми дорогими портретами, нарисованными английскими портретистами в XIX веке, стали портрет леди Бетти Делм сэра Джошуа Рейнольдса, проданный в 1894 году за 11 000 гиней, и портрет леди Спенсер Джорджа Ромни, проданный в 1896 году за 10 500 гиней. Самой дорогой картиной Уильяма Тёрнера стала картина «Терасса Мортлейк», проданная в 1908 году на Голландских торгах за 12 600 гиней».

Российский арт-рынок своими корнями уходит XIX век. Именно тогда сначала в Санкт-Петербурге и Москве, а потом и в провинции начинает складываться культура потребления произведений искусства не только как предметов роскоши, но и как выгодных вложений капитала. В годы, предшествовавшие революции 1917 года аристократия и буржуазия, правильно истолковавшие накаленную атмосферу в стране и предполагающие возможность государственного переворота, стали переводить свой капитал в произведения искусства. Их было проще спрятать или вывести из страны и к тому же риск обесценения или сильного удешевления практически отсутствовал. К примеру, князь Феликс Юсупов, бежавший из страны вместе со своей женой великой княгиней Ириной сразу после революции в Париж, долгое время существовал именно на средствах, вырученных за продажу некоторых картин и драгоценностей из собственной коллекции (по крайней мере, так он пишет в своих мемуарах).

Однако после революции арт-рынок полностью ушел в тень. Административно-командная экономика, сложившаяся в СССР, не предполагала даже намека на независимый рынок произведений искусства. Поворотным моментом стало постановление «Перестройке литературно-художественных организаций», принятое в 1932 году, что впоследствии стало причиной ликвидации огромного числа независимых творческих союзов. Искусство в СССР создавалось и финансировалось по государственному заказу. Государство четко определило, что какое искусство должно было создаваться и какие темы могли затрагивать художники. Все несогласные или неугодные государству художники могли попробовать реализовать себя на черном рынке, где искусство продавалось по цене далекой от среднерыночной и к тому же вся деятельность являлась абсолютно незаконной. Многие художники, «загнанные в угол» столь суровыми условиями, были открыты для широкой публики лишь в годы перестройки. Таким образом, можно сказать, что по-настоящему российский арт-рынок начал обретать свои черты лишь в конце 1980х годов, в годы перестройки и возник лишь в 1990-е годы после распада Советского Союза.

Знаменитый аукцион Sotheby's «Русский авангард и современное советское искусство», прошедший в июне 1988 года в Москве, стал первыми и единственными торгами, проведенными иностранным аукционным домом в СССР. Именно эту дату можно считать отправной точкой выхода современного русского искусства на мировую арену и формирования собственного независимого арт-рынка внутри страны. Данный аукцион имел большой успех и привлек внимание множества знаменитых коллекционеров, арт-дилеров, галеристов и арт-критиков. В последующие годы были открыты первые галереи – «Риджина», Галерея М. Гельмана, «1.0», «Марс» и т.д., а чуть позже и первый аукционный дом «Гелос».

За последние тридцать лет российский арт-рынок претерпел существенные изменения и сделал мощный рывок вперед. Современное русское искусство высоко ценится на международной арт-сцене, однако сам по себе российский арт-рынок по-прежнему сильно локализован. Годовые объемы российского рынка произведений искусства занимает всего 2% от объема мирового рынка, который в 2017 г. оценивается в \$63,7 млрд.

### **Арт-рынок и его структура**

Рынок произведений искусства сложился еще в античные времена, но окончательно сформировался лишь к началу XIX века. Ежегодно в мире продаются и приобретаются сотни тысяч предметов искусства и антиквариата. Отдельные предметы способны принести своим владельцам значительный прирост капитала, и возможно существенную прибыль при их реализации. Следовательно, необходимо говорить о целостном

экономическом образовании, позволяющем экономическим субъектам осуществлять инвестиции в конкретные предметы и объекты, производить с их помощью различные рыночные операции и возможно получать в результате этих операций некоторую прибыль. Тем самым, необходимо говорить о сформировавшемся рынке произведений искусства и антиквариата, который и будем далее называть арт-рынком.

Арт-рынок обладает всеми присущими рынку атрибутами. Рынок предметов искусства – это своеобразная иерархическая структура, состоящая из нескольких подуровней. Арт-рынок – это структура, которая включает взаимосвязанных участников, совершающих или помогающих осуществлять операции купли–продажи предметов искусства или антиквариата. Субъекты данной структуры передают или принимают на себя право собственности на конкретными предметы и объекты, представленные на рынке, несут связанные с ними риски, и осуществляют в них инвестиции с целью вложения капитала или получения прибыли.

Рынок искусства всегда считался одним из самых прибыльных и непредсказуемых. Только один небольшой, но дорогостоящий (примерно 120 млрд. долл.) сегмент арт-рынка может подвергаться более-менее точному прогнозированию и моделированию, в то время, как развитие других его частей невозможно предсказать, основываясь исключительно на рациональных методах. В связи с выше сказанным, арт-рынок представляется высоко рисковым, а доходы на нем бывают спонтанными. В тоже время, разумные инвестиции на арт-рынке могут обеспечить высокий доход, и создать условия для успешного размещения капитала.

В современном мире, где доминируют неощутимые активы (например, имидж и бренд), рынок предметов искусства является весьма выгодной сферой для долгосрочного инвестирования, однако само собой, это сопряжено с риском. В конце 80х годов XX века даже появился соответствующий термин – арт-банкинг, который включает в себя как консалтинг в сфере искусства, так и финансовое сопровождение инвестиционных сделок в данной сфере. В России этот рынок только начал развиваться как отдельный сектор экономики. Однако российские инвесторы уже давно начали охватывать данный рынок за границей. Следовательно, развитие российского арт-рынка позволило бы снизить отток российских капиталов и привлечь в Россию иностранные капиталы.

Структура арт-рынка представлена профессиональными игроками, осуществляющими на нем свои операции, которые и сами покупают произведения искусства и продвигают их на рынке, и предоставляют на этом рынке консалтинговые услуги. Это учреждения сферы культуры (в частности, государственные и частные музеи и галереи), аукционные дома и отдельные дилеры. На этом рынке представлены сами «производители» произведений искусства, которые могут осуществлять прямые продажи или предлагать свои работы профессиональным игрокам рынка. И третья составляющая данного рынка – это инвесторы, которые приобретают произведения искусства с разными целями, от частных коллекцио-

неров, профессионально собирающих произведения искусства, до случайных участников рынка, осуществляющих разовые инвестиции в привлекательные для вложения капитала объекты.

Структура арт-рынка может классифицироваться не только по его участникам, но и по видам операций и типам сделок, осуществляемых в конкретной структурной части рынка. Формально арт-рынок можно разделить на «первичный» и «вторичный» и «высший».

Первичный рынок – это рынок отдельных художников, ориентированных на передачу своих работ «галереям, выставкам «местного значения», мелким дилерам и частным коллекционерам». Данный сегмент рынка характеризуется высокой степенью децентрализации. Барьеры для вступления на этот рынок крайне низки, но с течением времени происходит некоторая фильтрация, которая создает уже более высокую ступень – вторичный рынок, выход на который гораздо более затруднен.

Этот рынок сосредоточен вокруг крупных городов-центров искусств, таких, как Лондон, Нью-Йорк, Токио, Сингапур и Париж. В России это Москва и Санкт-Петербург и в меньшей степени отдельные региональные центры искусства. Его участники – достаточно известные художники, сумевшие выйти на этот уровень, уважаемые галеристы, государственные музеи и частные коллекционеры.

Высший уровень представляет собой международный рынок произведений искусства. Институциональной основой этой части рынка служат аукционы с мировым именем. Аукционные дома приобретают произведения искусства, выясняют их историю, составляют провенасы, производят необходимую реставрацию, осуществляют целевое продвижение и получают прибыль в результате продажи этих произведений целевым потребителям. Аукционные дома обычно оказывают также консалтинговые услуги в сфере искусства, участвуют в имиджевых акциях, предоставляют экспертов и реставраторов, издают каталоги и перечни известных произведений и их мест нахождения, занимаются популяризацией произведений искусства, тем самым, непосредственно влияя на культурный имидж своей страны и культурный уровень людей.

Структура арт-рынка меняется от уровня к уровню. Первичный рынок относительно конкурентоспособен: предложение со стороны начинающих художников существенно превышает спрос, что удерживает цены на достаточно низком уровне. Несмотря на то, что профессиональные художники тратят более чем значительные усилия, средства и время на развитие своих навыков (инвестируют в свой человеческий капитал), это в большинстве случаев просто не может привести к успеху.

На первой стадии предложение слишком высоко, а спрос слишком низок. Именно поэтому до второй стадии доходит около 7-10% всех молодых художников.

На вторичном рынке предложение гораздо меньше, а спрос значительно выше. На каждом отдельно взятом географическом сегменте рынка одновременно присутствует лишь небольшое количество худож-



ников. В силу того, что, во-первых, средняя цена работы достаточно высока и, во-вторых, коммерческий успех сильно зависит от способности профессионально оценить культурную ценность работы и дальнейшие рыночные перспективы автора, число как индивидуальных, так и институциональных покупателей также ограничено.

Действующие на вторичном рынке дилеры и галереи обладают большой рыночной властью, и очень часто условия контракта с художником включают обязанность последнего согласовывать любую выставку его работ с галереей и передачу галерее эксклюзивных прав на продажу его работ. Галерея в этом случае выступает одновременно как монополист по отношению к художнику и как монополист по отношению к покупателю его работ. Тенденцию к росту концентрации усиливает и то, что галереи и дилеры, имеющие дело с наиболее успешными художниками, привлекают к себе все большее внимание, как покупателей, так и остальных художников. Эти могущественные игроки могут оказывать существенное влияние на репутацию художника, и, значит, на ожидаемую будущую ценность его работ.

На высшую ступень арт-рынка попадают единицы. Как правило, это художники, получившие мировую известность, и уже сами диктующие галереям свои требования. Круг покупателей здесь тоже весьма ограничен (в первую очередь из-за цены). Однако, потребители международного рынка произведений искусства относятся к элитной категории и гораздо более привлекательны как инвесторы.

Необходимо отметить, что независимо от структурной области рынка, спрос на арт-рынке в целом нестабилен и подвержен множеству факторов, таких, как мода, редкость, эстетическое содержание и т.д. К примеру, в 2011 году аукционе Макдугал в Лондоне практически 90% всех приобретенных икон было куплено русскими. Эта тенденция наблюдалась впервые, так как ранее их больше приобретали американцы и англичане.

Так же спрос на арт-рынке тесно связан с культурной ценностью объектов и возможностью подделки предметов искусства. Культурная ценность произведения понятие, обладающее высокой долей абстракции, и относящееся к неощутимым активам. Культурная ценность – это ценность произведения искусства, заключающаяся в эстетических, художественных или иных культурных свойствах самого объекта. Многие из этих свойств, не сколько присущи реальному объекту, сколько присвоены ему потенциальными потребителями, которые реагируют на конкретные меры продвижения и имиджевые мероприятия, реализуемые профессиональными продавцами арт-рынка.

Что касается подделки, то это один из рисков арт-рынка, чем выше доля подделок произведений конкретного автора, тем менее привлекательны инвестиции в них, так как растет риск приобретения подделки. В тоже время, подделка означает высокую привлекательность объекта, так как подделывать произведения неизвестного автора не имеет

смысла. Чаще всего об этом понятии говорят уже на вторичном рынке. Чем известней художник, тем экономически выгодней его подделывать. Тем самым, подделка сама по себе связана не только с риском, но и ценностью объекта, признанием его известности, а, следовательно, и с высокой ценой. Периодически случается даже удивительная ситуация, когда подделка может обладать большей культурной ценностью, чем сам оригинал. В этом случае сам акт подделки может сформировать культ конкретных произведений искусства, т.е. создать или повысить их культурную ценность.

Существенная доля подделок наблюдается на таком сегменте рынка произведений искусства, как антикварный рынок. В связи с тем, что провенанс некоторых произведений искусства не полон, и эксперты не всегда способны стопроцентно определить авторство работы или не могут отделить работу самого мастера от работ его школы, что приводит к росту числа подделок антикварных произведений искусства. Рост числа подделок связан и со спецификой самого арт-рынка, так большинство лиц, заинтересованных в покупке произведений искусства, могут оставаться анонимными. Кроме того, увеличение доли подделок связано с теневой стороной данного бизнеса. Часто сделки по приобретению того или иного предмета искусства могут происходить в «неформальной обстановке», что с одной стороны помогает избежать уплаты налогов, а с другой связано с высоким риском приобретения подделки.

Например, эту сторону развития арт-рынка демонстрируют следующие факты:

- «В XVII веке были открыты целые мастерские по производству поддельных произведений искусства: Пьетро делла Веккиа (подделки Джорджоне и Тициана), Теренцио да Урбино (подделки Рафаэля), Ханс Хофман (подделки рисунков Дюрера), Ян Питерс (подделки Рубенса). В Италии раскопки в Помпеях и Геркулануме повлекли за собой появление многочисленных подделок антиков, а в неаполитанской мастерской Джузеппе Герры, ученика Солимены, создавались подделки помпейской живописи» .
- «В музее Метрополитен из 66 предметов утвари датированной 6 тысячелетием до нашей эры, привезенных с раскопок в Турции, только 18 действительно представляют историческую ценность.»
- «Казимира Малевича и других художников русского авангарда имитируют так часто, что на Западе их картины перестали брать на аукционы».
- Крупнейший и влиятельнейший аукцион, специализирующийся на произведениях искусства – Sotheby's, дает гарантию подлинности только (!) на два года.

90% картин, авторство которых приписывается Айвазовскому, – подделки. Сам художник утверждал, что за свою жизнь написал порядка шести тысяч работ. На сегодняшний день официально признаны подлинными (!) примерно шестьдесят тысяч его работ. Если бы это было правдой, Ай-

вазовскому прямо с рождения и до самой смерти пришлось бы писать в день по две картины.

Эксперты в области искусства и авторы подделок ведут постоянную борьбу. При оценке предмета искусства эксперт должен обращать внимание на мельчайшие детали, которые могут помочь ему выявить подделку. Авторы подделок в то же время стараются исправлять допущенные ошибки, и часто происходит так, что подделка приобретает самостоятельную художественную ценность и ничуть не уступающую оригиналу. «В 1996 г. разоблаченный изготовитель подделок Эрик Хебборн опубликовал книгу «Учебник фальсификатора» (The Art Forgers Handbook) – руководство по изготовлению подделок. Сам Хебборн за 40 лет работы (1950-1996) оставил в наследство своим современникам тысячи рисунков, признанных экспертами в качестве «ранее неизвестных» произведений Брейгеля, Пиранези, Ван Дейка. Он выполнял их на бумаге, извлеченной из старинных книг той эпохи, грунтовку и краски изготовлял из тех же материалов, которые использовали настоящие авторы».

Также в качестве примера можно привести знаменитую работу Микеланджело Буонаротти «Спящий Купидон», выполненную на «заре» творчества великого скульптора. Не смотря на то, что скульптура была стилизована под античность и даже для придания большего эффекта была закопана в землю на несколько месяцев, для того чтобы мрамор выглядел более древним, подделка была обнаружена. Однако вместо того, чтобы понести суровое наказание за нарушение закона, Микеланджело был вознагражден. Кроме того, что сама скульптура была продана за огромную по тем временам цену, этот обман послужил началом блестящей карьеры Микеланджело в качестве одного из знаменитейших и талантливых скульпторов во всем мире.

Для проверки предмета искусства на подлинность обычно приглашают эксперта. Если раньше эксперт оценивал картину «на глаз» при пристальном изучении ее под микроскопом, то сейчас первые места занимают такие методы как:

- Рентгеновский анализ, инфракрасное и ультрафиолетовое излучение позволяют изучить картину более тщательно, при этом не повредив ее. К примеру, обладая знаниями о том, что Айвазовский, работая над картиной, обычно прочерчивал карандашом линию горизонта, эксперт будет искать ее под слоем краски при помощи инфракрасной камеры. Она реагирует на графит, что позволяет в свою очередь позволяет увидеть эскиз и любые карандашные пометки.
- Фрактальный анализ живописи, который является геометрическим методом оценки живописи. «Первым методологическим инструментом, заимствованным гуманитарными науками из фрактальной геометрии, стала фрактальная размерность в искусствознании был найден способ создания корреляционных связей между произведением изобразительного искусства и его фрактальной размерностью».

Например, изменения величины фрактальной размерности могут соотноситься с разными периодами творчества художника.

- Метод оптической когерентной томографии, который был предложен польским ученым Петром Тарговски. Он предполагает использование трехмерного изображения слоев картины, которые попадают на сетчатку глаз. С помощью компьютерной томографии эксперт получает снимок, на котором может увидеть все слои картины (обычно их 4 или 5) и на основе этого снимка уже четко определить является ли данная картина подделкой, а также насколько отдельные слои картины соответствуют друг другу. Иными словами, данный способ позволяет безошибочно определить была ли нарисована на первоначальной картине другая картина.
- Метод кодирования с чередованием, представляющий собой специальный компьютерный алгоритм, получает набор абсолютно точно подлинных картин того или иного художника и разбивает эти картины на мельчайшие, практически неотличимые частицы, чтобы алгоритм мог исследовать идентичные фрагменты полотен и выучить уникальный почерк художника. Данный алгоритм позволяет выявить малейшие штрихи, присущие только автору и отсутствующие в подделках. Этот метод значительно упрощает оценку подлинности картин.

## **Становление и специфика арт-рынка России**

Рынок предметов искусства в России начал складываться, начиная с конца восьмидесятых годов двадцатого века. В 1988 году был основан первый аукционный дом «Гелиос». Однако первая официальная статистика по арт-рынку начала формироваться лишь к концу 1990х годов. К сожалению, покупка антиквариата в России не пользуется популярностью. Это обусловлено общественной идеей о том, что владение антиквариатом является преступным действием, а так же доступным лишь очень богатым людям. Пока эти стереотипы не будут разрушены, рынок в России не будет развиваться далее определенного уровня.

На данный момент арт-рынок в России сильно уступает своим иностранным конкурентам и до сих пор обладает некой специфичностью. В среднем оборот на арт-рынке составляет всего 1.5 млрд. долл. в год. За последние три года наблюдался значительный спад. Это обуславливается тем, что цены на русское искусство за последние 5 лет повысились в 4-6 раз. Таким образом, если раньше русское искусство было востребовано отчасти в силу своей небольшой стоимости, то сейчас картины русских художников в среднем сравнялись в цене с европейской и американской живописью.

Для расчета доходности инвестиций в искусство в России используется индекс ARTIMX. Этот показатель рассчитывается по уникальной методике, разработанной ArtInvestment.ru .

Сам по себе данный индекс является интегральным показателем, характеризующим относительную величину цены условно усредненного произведения искусства на определенный момент времени. Расчет индексов осуществляется по данным о результатах продаж произведений искусства на основных мировых аукционах. За точку отсчета принята расчетная усредненная цена произведений искусства в 2000 году, приведенная к базовому уровню индекса, составляющему 1000 пунктов.

В семейство индексов ARTIMX входят непосредственно общий индекс ARTIMX, характеризующий состояние всего мирового рынка произведений изобразительного искусства в целом, а также его подмножества ARTIMX Painting и ARTIMX Graphics, рассчитанные соответственно для живописи и графики. Отдельно представлены индексы для русского искусства: ARTIMX-RUS, ARTIMX-RUS Painting и ARTIMX-RUS Graphics, а также индексы по традиционно выделяемым в искусстве направлениям: ARTIMX Old masters, ARTIMX Impressionism & Modern Art, ARTIMX Contemporary Art. При расчете индексов по русскому арт-рынку ARTIMX-RUS используются также данные о результатах торгов российских аукционов. При расчете данного индекса учитываются риски и «репутация» того или иного произведения искусства.

На 1 декабря 2012 года в России зафиксировано 400 антикварных магазинов, галерей и аукционных домов, имеющих право легально продавать предметы искусства. Из них самыми крупными аукционными домами является аукционный дом Гелиос и Русский Аукционный Дом. Гелиос – на данный момент – это единственный аукционный дом в России, отвечающий международным требованиям. В среднем в год он проводит около 120 аукционов, на которых продается свыше 50 тысяч различных произведений искусства.

Низкий спрос на арт-рынок в России можно объяснить еще и низким спросом на услуги арт-банкинга. В России такие услуги предоставляют лишь ограниченное число банков, такие как Газпромбанк, УралСиб, Банк Москвы, Альфа-Банк и Дойче Банк. Информация по этим услугам выдается лишь в частном порядке и только проверенным временем клиентам. Из-за слабой рекламы граждане не осведомлены о наличии такой услуги.

Сам по себе развитие рынка произведений искусств в России могло бы быть весьма перспективным. Ведь Россия издавна считалась странной, обладающей многими большими культурными ценностями, в России работало множество талантливых художников, писателей, поэтов, актеров и пр. Однако, во времена СССР искусство перестало обладать такой ценностью, какой обладало раньше. В общественное сознание внедрялись идеи о порочности обладания предметами искусства, как и предметами роскоши. Об инвестировании вообще не могло идти речи. В 60х годах XX века были предприняты попытки проведения арт-аукционов, но они так и закончились ничем.

В настоящее время оборот на арт-рынке России все еще очень низок по сравнению со странами Европы, Азии и Америки. До начала 2011-2012 годов можно было с уверенностью сказать, что значительную долю на отечественном арт-рынке занимают иностранные инвестиции, что является не особенно хорошим показателем. В 2012-2013 гг. начали происходить определенные изменения в долевом составе участников рынка, но они до сих пор не завершены, и пока еще рано говорить о каком-либо сломе сложившейся традиции.

Однако и с учетом иностранных инвестиций есть ряд характерных проблем, которые являются серьезным препятствием для успешного развития российского арт-рынка.

К основным проблемам российского арт-рынка можно отнести следующие:

1. Русская живопись и иконы больше продаются в Европе и США, чем на своей исторической родине.

Это связано с тем, что в период революций и войн значительная часть русского искусства была вывезена из страны. Сейчас огромная часть русского антиквариата (мебели, предметов личного пользования и пр.) находится на территории таких стран как Германия, Франция, Великобритания, Италия и США. Намного меньше было вывезено русской живописи. Именно поэтому сейчас русская живопись 17-19 веков популярна во всем мире.

2. Большая доля арт-рынка России все еще остается теневой.

Большинство сделок все еще заключаются в неформальных условиях и нигде не фиксируются. В частности, это связано с сильным завышением цен на русское искусство или его нелегальным приобретением. Остается открытым вопрос о подделке живописи, т.е. риски приобретения предметов русского искусства выше средних. Только начиная с 2008 года во всех галереях и крупных музеях страны началась плановая проверка картин на подлинность. Только в Третьяковской Галерее в 2008 году было выявлено около 116 подделанных картин.

3. Отсутствие условий для продвижения молодых художников.

Многие зарубежные дома ставят перед собой одной из главных целей – продвижение молодых художников. Не смотря на то, что это самые рискованные инвестиции, в тоже время это могут быть еще и самые прибыльные инвестиции. В США есть комплекс мер, который называется Young Artist. В рамках данной программы проводятся так называемые тренинги и спецкурсы, направленные на обучение молодых художников основам менеджмента. Self-promotion – это то, чего до сих пор не хватает русским молодым художникам. В эту программу входит так же организация многочисленных ярмарок и аукционов для молодых художников, которые часто посещают крупные инвесторы и коллекционеры. В России на данный момент такая деятельность практически отсутствует.

4. Почти полное отсутствие профессиональных изданий.

Критика на арт-рынке как позитивная так и негативная может сыграть огромную роль для продвижения того или иного арт-объекта. Однако в России по своей сути есть только одно издание, которое можно рассматривать для подобных целей – это The Art NewsPaper Russia . Это издание стало выходить лишь с апреля 2012 года, и пока что не стало весомым изданием в мире искусства. В основных крупных изданиях, если идет речь о какой-либо арт-выставке или арт-аукционе, то этому уделяется всего пара слов и сама статья располагается не на первых полосах издания, то есть чаще всего остается незамеченной.

5. Отсутствие государственного вмешательства.

Речь идет о программах поддержки творческих людей, социальных программах и программах, обеспечивающих гарантированные рабочие места в арт-секторе. Отсутствие государственного регулирования арт-рынка приводит к сохранению на нем высокой доли теневой составляющей. Выведение рынка из тени при помощи государственного вмешательства аукционов и заключения легальных сделок возможно только при достаточно развитой системе отношений арт-рынка с государственными структурами, работающими в сфере культуры. Кроме того, государственное регулирование арт-рынка должно предполагать поддержку небольших галерей и аукционных домов, которым, как и всем малым предпринимателям (а данный рынок создает наиболее сложные для малого предпринимательства условия), трудно самостоятельно выживать на рынке. Чаще всего небольшие галереи и аукционные дома просто не выходят на должный уровень развития, и не способны перейти в иную категорию арт-бизнеса, где они могли обеспечить существенный прирост арт-инвестиций.

6. Некомпетентность персонала в арт-галереях.

Многие иностранные коллекционеры приезжая в Москву или Санкт-Петербург на аукционы или выставки сталкиваются с нежеланием и неумением персонала работать с клиентами. Многие иностранные коллекционеры жаловались на низкий уровень обслуживания, плохое владение иностранным языком и невысокую информационную осведомленность о предметах искусства, которыми они интересовались.

7. Доля продаж на ярмарках значительно выше доли продаж в галереях, что мешает нормальному развитию рынка произведений искусства.

Это объясняется, с одной стороны, недоверием граждан к галереям и аукционам как самостоятельным институтам. А с другой стороны, недоверием самих художников к продаже своих работ через арт-галереи. Если первые опасаются обмана со стороны галеристов и дилеров, то вторые опасаются простоя своих работ и низкой востребованности на рынке. Отметим, что «чем более будет развит рынок галерейного бизнеса, тем более общество будет морально и идеологически подготовлено к общению с «высоким». Коллекционеры такой же важный субъект арт-рынка, как и художники, а вкус и любовь к искусству необходимо воспитывать».

Учитывая указанные проблемы, можно вывести ряд рекомендаций, направленных на расширение и продвижение арт-рынка в России:

1. Продвижение идеи доступности и престижности обладания арт-объектами. Разрушение стереотипов.

В действительности, пока не будет осуществлен этот шаг на российском арт-рынке вряд ли что-то изменится в лучшую сторону. Для этого нужно проводить активную социальную рекламу, связанную с продвижением идеи доступности произведений искусства. Людям необходимо показать, что арт-рынок вовсе не является сомнительным предприятием, где все пытаются обмануть друг друга с целью получения сверхприбыли. Иными словами, необходимо показать российский арт-рынок с хорошей стороны. Кроме того, необходимо осуществлять различные культурные и социальные акции поддержки культуры и искусства, развития интереса к ним у различных групп потенциальных потребителей, включая и потенциальных потребителей арт-рынка. Например, такие акции ежегодно проводит Русский музей, который вывешивает на улицах города копии известных картин, находящихся в музее, тем самым способствуя популяризации искусства. Аналогичную акцию проводит Филармония, которая предлагает молодым родителям при покупке билетов на концерт заказать услуги воспитателей, чтобы во время концерта ребенок был под их наблюдением. Кроме того, во время взрослого концерта для детей также организуются доступные для их восприятия музыкальные представления, что позволяет с раннего детства развивать склонность к классической музыке.

2. Использование арт-мероприятий в целях пиар акций других крупных мероприятий, не имеющих отношение к искусству.

В основном сегодня в России это направление развивается применительно к спортивным мероприятиям. Российские компании уже осознали все потенциальные выгоды, которые они могут получить, участвуя в спонсорстве крупных спортивных мероприятий, где собираются огромные массы народа, и которые широко транслируются в СМИ. В отношении арт-мероприятий пока особой активности в отношении подобных действий не наблюдается, что связано, прежде всего, с недостаточно высокой осведомленностью широкой аудитории (в том числе и потенциальных спонсоров) о предстоящих акциях и событиях в мире искусства. Эти мероприятия также недостаточно широко освещены в СМИ, что снижает к ним интерес со стороны потенциальных спонсоров. Тем самым, наличие информационной асимметрии очень негативно отражается на развитии потенциального спонсорства событий в мире искусства.

3. Грамотная реклама в СМИ.

Речь идет, прежде всего, о понятной не только в узких кругах рекламе. Грамотная реклама является также частью продуманного комплекса продвижения картин (других предметов искусства) и их авторов. Реклама может быть организована путем издания в специализированной



прессе и крупных журналах для деловых людей и людей, интересующихся искусством, рецензий о работах молодых художников и о мероприятиях, на которых планируется их презентация.

4. Создание комфортных условий для молодых художников.

Прежде всего, речь идет о продвижении работ молодых художников на выставках и аукционах. На такие мероприятия собирается именно та публика, представители которой, заинтересовавшись работами молодого автора, могут приобрести его работы или, например, спонсировать его дальнейшую деятельность. Эффективность таких мероприятий зависит от степени информированности потенциальных спонсоров и инвесторов об их проведении. Кроме того, данное направление предполагает также разработку специальных программ продвижения молодых художников непосредственно в художественных ВУЗах. Для этих мероприятий информирование потенциальных спонсоров и инвесторов даже еще важнее, чем для организации продвижения на выставках и аукционах, куда эта целевая аудитория собирается с целью познакомиться с работами уже популярных авторов.